

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran ayolalisa Surabaya. Di perkuat dengan hasil t hitung $3,583 > t$ tabel $1,99714$ dengan signifikasi $< 0,05$.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran ayolalisa Surabaya. Di perkuat dengan t hitung $4,814 > t$ tabel $1,99714$ dengan signifikasi $< 0,05$.
3. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa harga (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran ayolalisa Surabaya. diperkuat dengan t hitung $-0,552 > t$ tabel $-1,99714$ dengan signifikasi $0,583 > 0,05$.
4. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran ayolalisa Surabaya. diperkuat dengan t hitung $-0,875 > t$ tabel $-1,99714$ dengan signifikasi $0,385 > 0,05$.
5. uji regresi diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan (X2) adalah variabel paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang sebesar 61,9%



5.2 Saran

1. Di sarankan kepada Restoran Hotel Ayolalisa dapat menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen yakni dengan mempertahankan layanan yang telah ada dan terus meningkatkannya dengan cara karyawan mengikuti training mengenai cara melayani konsumen dengan baik.
2. Mengingat bahwa variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah produk, disarankan hotel ayolalisa menambah variasi dan penyajian makanan yang berbeda, hal ini di maksudkan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen Hotel Ayolalisa Surabaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analisis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Bambang Presetyo dan Nina Miftahul Jannah, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT Indeks.
- Daryanto,. 2013, *Sari Kuliah Manajemen Produksi*, Bandung, Satu Nusa.
- Garvin dan lovelock, 2004, *Strategi Marketing*, Yogyakarta : Andi
- Engel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. (Jakarta : Bima Putra Aksara, 1994), h 11
- Umar, Husein, *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 25.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ke Tiga* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010),h. 43.
- Duwi Priyanto,2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat , Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.





Kotler, Philips, dan Gary Amstrong, 2010, *Principles of Marketing* (Edisi 13), United States of America : Pearson.

Tjiptono , Fandy & Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran strategic edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

Lupiyoadi. R.& Hamdani. A,2006, *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Mauludin, Hanif , 2010, *Metode Penelitian dan Pengolahan Data Penelitian (Pendekatan Praktis)*, Singosari.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV . Alfabeta.

Bennion, M. & Scheule, B. (2004). *Introductory foods* (12 th ed). USA: Pearson prentice Hall.

Para Surama, A., Valerie A. Zeithaml. Dan Leonard L. Berry (2008). *Delevering quality service balancing customer perception and expectation*. The free press.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2006), *Principles of marketing*. Edisi ke tujuh Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.